COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, 5 avril 2019

Mediametrie

Audience Internet Global en France en février

3 femmes CSP+ sur 4 consultent les portails féminins

En février 2019, 27 millions de visiteurs uniques ont consulté les sites et applications spécialisés sur l'univers féminin, soit 42,9% de la population française.

La moitié des femmes (49,6%) se sont rendues sur ces portails au moins une fois au cours du mois. Ce taux atteint 75% chez les femmes CSP+. Alors que ces dernières ne représentent que 9,8% de la population française, elles constituent 17,1% de l'audience de ces sites et concentrent un quart (24,9%) du temps qui y est passé.



Top 10 Portails spécialisés féminins

Février 2019

Rang	Brand/Channel	Visiteurs uniques mensuels	*Couverture mensuelle (% des 2 ans et +)*
1	Le Journal des Femmes (B)	**13 118 000**	*20,9*
2	Femme Actuelle (B)	**10 699 000**	*17,0*
3	auFeminin (B)	**8 037 000**	*12,8*
4	Ohmymag (B)	**7 120 000**	*11,3*
5	ELLE (B)	**4 965 000**	*7,9*
6	Madame Figaro (C)	**4 880 000**	*7,8*
7	Cosmopolitan France (B)	**4 145 000**	*6,6*
8	Marie Claire (B)	**3 719 000**	*5,9*
9	Psychologies.com (B)	**2 609 000**	*4,2*
10	Orange Tendances (C)	**2 528 000**	*4,0*

Audience Internet Global - Février 2019 - Copyright Médiamétrie//NetRatings



Synthèse des résultats de février 2019



52,8 millions d'individus se sont connectés au moins une fois à Internet au cours du mois, soit **84 %** de la population française de 2 ans et plus.



Chaque jour, **44,7 millions** d'internautes se sont connectés en moyenne à Internet, soit **71,2%** de la population française.



Rapporté à l'ensemble de la population française de 2 ans et plus, le temps passé par jour et par individu est en moyenne de **33 minutes sur ordinateur** et de **75 minutes sur mobile**.

Source : Médiamétrie et Médiamétrie// NetRatings - Audience Internet Global - Tous lieux de connexion - France - Février 2019 - Base : 2 ans et plus
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	Groupes	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques moyens par jour
1	Google	51 586 000	38 650 000
2	Facebook	46 858 000	31 404 000
3	Microsoft	36 421 000	12 274 000
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	35 013 000	5 868 000
5	Groupe TF1	31 712 000	4 623 000
6	Prisma Media	30 357 000	5 721 000
7	Altice France	30 339 000	6 890 000
8	Wikimedia Foundation	30 243 000	4 081 000
9	Webedia	29 826 000	4 044 000
10	WEB66	29 321 000	6 253 000
11	Amazon	29 090 000	4 911 000
12	Orange	27 432 000	9 026 000
13	M6	27 132 000	3 421 000
14	Schibsted	26 478 000	6 458 000
15	Solocal Group	25 510 000	2 671 000
16	Vivendi	25 235 000	2 914 000
17	francetélévisions	23 193 000	3 202 000
18	Groupe Le Monde	22 167 000	3 262 000
19	La Poste	21 988 000	4 133 000
20	Groupe Lagardere	21 974 000	3 053 000
21	Verizon Media	21 909 000	7 734 000
22	Groupe Credit Agricole	21 469 000	4 500 000
23	Groupe Casino	20 853 000	2 503 000
24	Snapchat	20 088 000	14 309 000
25	Groupe Auchan	19 558 000	1 833 000
26	Apple Inc.	18 964 000	5 708 000
27	Groupe Les Echos - Le Parisien	18 830 000	2 438 000
28	Samsung Group	18 351 000	3 681 000
29	Gouvernement Francais	16 137 000	1 151 000
30	Groupe Fnac Darty	16 121 000	1 192 000
31	20 Minutes France	15 968 000	2 237 000
32	Twitter	15 145 000	4 304 000
33	SNCF France	15 100 000	1 980 000
34	Iliad	13 727 000	2 151 000
35	Carrefour	13 438 000	1 226 000
36	Assurance Maladie	13 017 000	1 231 000
37	Pinterest.com	12 929 000	1 950 000
38	LinkedIn	12 772 000	2 506 000
39	Groupe Amaury	12 677 000	2 897 000
40	Oredis	12 660 000	2 809 000
41	Societe Generale	12 480 000	2 373 000
42	Doctolib	12 410 000	1 068 000
43	Ministere de l Education Nationale	12 185 000	1 589 000
44	Radio France	12 089 000	1 227 000
45	E.Leclerc	11 852 000	1 298 000
46	Hutchison-Priceline	11 848 000	1 013 000
47	NetFlix	11 582 000	2 263 000
48	Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie	11 035 000	845 000
49	Caisse Nationale Allocations Familiales CNAF	10 757 000	1 096 000
50	ContextLogic	10 694 000	2 089 000

Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global - Tous lieux de connexion - France - Février 2019 - Base : 2 ans et plus
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Répartition écrans du Top 50 des Groupes les plus visités en France

	Groupes	Visiteurs uniques par mois	% des VU ayant utilisé l'Ordinateur	% des VU ayant utilisé le Mobile	% des VU ayant utilisé la Tablette
1	Google	51 586 000	71,5	80,5	42,9
2	Facebook	46 858 000	49,3	84,7	32,8
3	Microsoft	36 421 000	84,5	37,7	12,1
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	35 013 000	55,2	72,8	15,2
5	Groupe TF1	31 712 000	40,2	74,0	17,1
6	Prisma Media	30 357 000	34,6	75,9	14,5
7	Altice France	30 339 000	46,9	71,2	15,5
8	Wikimedia Foundation	30 243 000	44,5	72,3	12,7
9	Webedia	29 826 000	48,5	68,4	14,9
10	WEB66	29 321 000	39,7	74,9	15,0
11	Amazon	29 090 000	57,0	61,0	17,4
12	Orange	27 432 000	53,2	66,2	9,7
13	M6	27 132 000	40,5	71,1	15,8
14	Schibsted	26 478 000	45,8	66,0	18,7
15	Solocal Group	25 510 000	48,9	63,9	10,7
16	Vivendi	25 235 000	45,0	62,8	17,9
17	francetélévisions	23 193 000	34,5	73,1	14,7
18	Groupe Le Monde	22 167 000	33,1	74,6	14,8
19	La Poste	21 988 000	57,6	53,8	11,2
20	Groupe Lagardere	21 974 000	38,5	68,9	13,1
21	Verizon Media	21 909 000	35,2	70,5	13,9
22	Groupe Credit Agricole	21 469 000	50,9	60,3	10,5
23	Groupe Casino	20 853 000	45,1	60,8	13,1
24	Snapchat	20 088 000	-	99,7	-
25	Groupe Auchan	19 558 000	52,4	54,9	13,1
26	Apple Inc.	18 964 000	32,5	53,9	43,0
27	Groupe Les Echos - Le Parisien	18 830 000	39,0	69,0	11,7
28	Samsung Group	18 351 000	7,4	70,7	38,2
29	Gouvernement Francais	16 137 000	63,3	44,3	7,8
30	Groupe Fnac Darty	16 121 000	47,0	56,7	11,9
31	20 Minutes France	15 968 000	25,3	76,3	10,6
32	Twitter	15 145 000	41,3	56,8	17,5
33	SNCF France	15 100 000	39,5	67,9	11,0
34	Iliad	13 727 000	69,2	34,4	9,5
35	Carrefour	13 438 000	49,9	49,9	14,5
36	Assurance Maladie	13 017 000	61,4	41,7	6,7
37	Pinterest.com	12 929 000	44,9	49,7	16,9
38	LinkedIn	12 772 000	44,6	53,9	18,5
39	Groupe Amaury	12 677 000	29,2	69,9	15,3
40	Oredis	12 660 000	29,8	67,9	19,5
41	Societe Generale	12 480 000	50,2	53,8	9,2
42	Doctolib	12 410 000	33,7	67,4	10,1
43	Ministere de l Education Nationale	12 185 000	62,4	43,9	5,6
44	Radio France	12 089 000	29,6	72,8	8,8
45	E.Leclerc	11 852 000	49,1	51,3	12,5
46	Hutchison-Priceline	11 848 000	41,9	55,8	17,8
47	NetFlix	11 582 000	35,9	67,7	8,4
48	Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie	11 035 000	75,9	25,2	6,6
49	Caisse Nationale Allocations Familiales CNAF	10 757 000	61,7	43,6	6,9
50	ContextLogic	10 694 000	13,8	73,9	20,3

Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global - Tous lieux de connexion - France - Février 2019 - Base : 2 ans et plus
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Top 50 des Marques les plus visitées en France

Rang	B Marques	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques moyens par jour
1	Google	50 914 000	36 207 000
2	YouTube	45 426 000	17 244 000
3	Facebook	45 136 000	26 624 000
4	Wikipedia	29 845 000	3 967 000
5	Amazon	28 176 000	4 659 000
6	Instagram	26 680 000	11 061 000
7	Orange - T ACPM/OJD	26 343 000	8 824 000
8	Leboncoin.fr - T	26 137 000	6 370 000
9	Microsoft	21 805 000	3 356 000
10	Le Figaro - T ACPM/OJD	21 577 000	2 510 000
11	Snapchat - T ACPM/OJD	20 088 000	14 309 000
12	Yahoo - T	19 727 000	7 114 000
13	WhatsApp	19 680 000	7 675 000
14	PagesJaunes - T	19 496 000	1 631 000
15	franceinfo - T ACPM/OJD	19 200 000	2 571 000
16	Cdiscount	19 035 000	2 043 000
17	Apple	18 942 000	5 707 000
18	Marmiton - T	18 650 000	1 558 000
19	Samsung	18 267 000	3 673 000
20	BFM TV - T ACPM/OJD	16 774 000	2 101 000
21	Tele Loisirs - T ACPM/OJD	16 661 000	3 111 000
22	SFR	16 502 000	3 921 000
23	Windows Live	16 414 000	2 781 000
24	Linternaute.com - T	16 308 000	1 119 000
25	20 Minutes - T ACPM/OJD	15 960 000	2 233 000
26	Le Parisien - T ACPM/OJD	15 849 000	2 003 000
27	AlloCine - T	15 254 000	1 279 000
28	Twitter	15 050 000	4 257 000
29	LA POSTE	14 799 000	1 999 000
30	Le Monde - T ACPM/OJD	14 568 000	1 870 000
31	Ouest France - T ACPM/OJD	14 197 000	1 587 000
32	Dailymotion - T	13 920 000	904 000
33	MSN - T	13 643 000	3 063 000
34	Free	13 274 000	2 054 000
35	Le Journal des Femmes - T	13 118 000	866 000
36	Outlook (Outlook.com)	13 078 000	4 695 000
37	Pinterest	12 929 000	1 950 000
38	LinkedIn	12 772 000	2 506 000
39	Fnac	12 677 000	860 000
40	Picasa	12 632 000	1 946 000
41	Assurance Maladie	12 632 000	1 188 000
42	Credit Agricole	12 587 000	2 930 000
43	L Equipe - T ACPM/OJD	12 487 000	2 868 000
44	Doctolib	12 410 000	1 068 000
45	vente-privee	12 397 000	2 792 000
46	Doctissimo - T ACPM/OJD	12 044 000	887 000
47	Waze	11 880 000	2 428 000
48	Booking.com	11 643 000	989 000
49	Netflix	11 582 000	2 263 000
50	E.Leclerc	11 517 000	1 265 000

Source : Médiamétrie et Médiamétrie// NetRatings - Audience Internet Global - Tous lieux de connexion - France - Février 2019 - Base : 2 ans et plus
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Répartition écrans du Top 50 des Marques les plus visitées en France

Rang	Marques	Visiteurs uniques par mois	% des VU ayant utilisé l'Ordinateur	% des Vu ayant utilisé le Mobile	% des VU ayant utilisé la Tablette
1	Google	50 914 000	70,5	81,1	42,2
2	YouTube	45 426 000	50,3	75,5	31,1
3	Facebook	45 136 000	50,3	81,7	33,7
4	Wikipedia	29 845 000	44,1	72,4	12,7
5	Amazon	28 176 000	58,6	58,4	15,5
6	Instagram	26 680 000	15,5	87,6	9,3
7	Orange - T ACPM/OJD	26 343 000	52,6	65,6	9,4
8	Leboncoin.fr - T	26 137 000	45,6	65,6	18,5
9	Microsoft	21 805 000	88,7	17,4	5,1
10	Le Figaro - T ACPM/OJD	21 577 000	43,3	68,3	11,4
11	Snapchat - T ACPM/OJD	20 088 000	-	99,7	-
12	Yahoo - T	19 727 000	31,9	71,5	13,4
13	WhatsApp	19 680 000	1,4	99,0	1,1
14	PagesJaunes - T	19 496 000	43,6	62,0	10,0
15	franceinfo - T ACPM/OJD	19 200 000	28,8	75,8	11,9
16	Cdiscount	19 035 000	45,2	58,8	13,1
17	Apple	18 942 000	32,6	53,9	43,1
18	Marmiton - T	18 650 000	25,8	69,6	16,9
19	Samsung	18 267 000	7,3	70,6	38,4
20	BFM TV - T ACPM/OJD	16 774 000	29,1	77,1	10,5
21	Tele Loisirs - T ACPM/OJD	16 661 000	27,7	73,6	12,0
22	SFR	16 502 000	44,0	57,8	15,8
23	Windows Live	16 414 000	66,1	29,2	19,2
24	Linternaute.com - T	16 308 000	42,9	61,1	9,5
25	20 Minutes - T ACPM/OJD	15 960 000	25,1	76,4	10,6
26	Le Parisien - T ACPM/OJD	15 849 000	35,5	70,4	9,6
27	AlloCine - T	15 254 000	32,9	68,4	11,5
28	Twitter	15 050 000	41,6	56,7	17,1
29	LA POSTE	14 799 000	61,5	45,5	8,2
30	Le Monde - T ACPM/OJD	14 568 000	29,9	72,1	13,0
31	Ouest France - T ACPM/OJD	14 197 000	31,7	68,2	11,4
32	Dailymotion - T	13 920 000	40,9	49,0	21,5
33	MSN - T	13 643 000	95,2	6,6	-
34	Free	13 274 000	69,3	33,3	9,8
35	Le Journal des Femmes - T	13 118 000	27,3	69,5	12,8
36	Outlook (Outlook.com)	13 078 000	55,7	51,0	6,1
37	Pinterest	12 929 000	44,9	49,7	16,9
38	LinkedIn	12 772 000	44,6	53,9	18,5
39	Fnac	12 677 000	44,7	57,2	10,2
40	Picasa	12 632 000	11,5	91,1	-
41	Assurance Maladie	12 632 000	61,1	42,0	6,6
42	Credit Agricole	12 587 000	54,1	51,1	9,5
43	L Equipe - T ACPM/OJD	12 487 000	28,8	70,0	15,5
44	Doctolib	12 410 000	33,7	67,4	10,1
45	vente-privee	12 397 000	29,7	67,6	19,8
46	Doctissimo - T ACPM/OJD	12 044 000	36,6	64,4	7,8
47	Waze	11 880 000	-	99,1	1,3
48	Booking.com	11 643 000	40,8	56,4	17,9
49	Netflix	11 582 000	35,9	67,7	8,4
50	E.Leclerc	11 517 000	48,9	51,1	12,5

Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global - Tous lieux de connexion - France – Février 2019 - Base : 2 ans et plus
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

La mesure de l'Audience Internet Global

Méthodologie

La mesure d'Audience Internet Global repose sur **un panel unique de plus de 25 000 individus de 2 ans et plus**, dont 4 500 internautes équipés de deux ou trois écrans (ordinateur et/ou téléphone mobile et/ou tablette), qui permet de mesurer 'nativement' l'audience globale de plus de 6 000 marques et près de 1 000 applications. La mesure bénéficie des méthodologies innovantes d'hybridation mises au point par Médiamétrie, mariant panels et données site-centric. Chaque mois, la base site-centric s'enrichit de nouvelles données. De cette mesure globale découlent les résultats d'audience sur chacun des écrans : ordinateur, téléphone mobile et tablette. La mesure prend en compte le surf des internautes quels que soient le lieu, le mode de connexion (3G/4G/Wifi) et le protocole (http/https).
Remarque : chaque début de trimestre, Médiamétrie met à jour les théoriques de cadrage de la population internaute mobile. Pour les internautes ordinateur et tablette, l'actualisation se fait chaque mois.

Définitions & Indicateurs

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques. Une marque ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent. Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des marques (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une Brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

*Les marques participant à la mesure par l'implémentation d'un Tag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiées «**T**» ; celles dont le périmètre est intégralement taggué et certifié par l'ACPM (Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias) sont notifiées «**T ACPM/OJD**».*

Channel (C) : Ensemble de domaines, sous-domaines et URLs sur une même thématique (les applications ne sont pas encore prises en compte au niveau Channel). *Remarque : l'audience d'un Channel n'inclut pas les internautes ayant utilisé exclusivement leur tablette.*

Visiteurs uniques par mois/jour : Nombre d'internautes ayant visité un groupe ou une marque au moins une fois au cours du mois/jour, quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les internautes ayant visité le même groupe (ou la même marque) plusieurs fois ne sont comptés qu'une fois.

A propos de Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public, les tendances du marché et favorise l'émergence d'une référence de la data média en France. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, Internet (ordinateur, smartphone et tablette), le Cinéma, et le Cross-Médias. En 2018, le Groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 102,7M€.

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

www.mediametrie.fr - Twitter : @Mediametrie - Facebook : Médiamétrie

Contact Presse :
Isabelle Lellouche Filliau
Tél : 01 47 58 97 26
ilellouche-filliau@mediametrie.fr